

# Cheatsheet: Deutscher Social Entrepreneurship Monitor (DSEM) 2018

Umsetzung: Social Entrepreneurship Netzwerk Deutschland

Autor\*innen: Paulina Olenga Tete, Michael Wunsch, Charlott Menke

Förderung: SAP

Veröffentlichung: Dezember 2018; Datenabfrage 13.08.-24.09.2018

Beantwortungen: 210, bei 137 Personen komplett; **nicht repräsentativ**

Ziel: Sichtbarkeit von Social Entrepreneurship Aktivitäten in Deutschland erhöhen und Akteure erfassen

Link: [https://www.send-ev.de/uploads/dsem-2018\\_web.pdf](https://www.send-ev.de/uploads/dsem-2018_web.pdf)

Cheatsheet erstellt von: Fabian Oestreicher, [futurphil.de](http://futurphil.de), [CC BY-SA 3.0](https://creativecommons.org/licenses/by-sa/3.0/), keine Gewähr auf Vollständigkeit

## Politische Handlungsempfehlungen (S.12):

- Klare Ansprechpartner\*innen in öffentlichen Einrichtungen bestimmen; zentrale Koordinierungsstelle auf Bundesebene
- Finanzierungsprogramme für soziale Innovationen
- Kompetenzerweiterung bestehender oder Schaffung neuer Gründer- und Innovationszentren

Zugrundeliegende **Definition** (S.14): Europäische Kommission (2014); hier keine Aussagen über Erfüllung

- Soziale Dimension: Primäres und ausdrücklich soziales Ziel
- Unternehmerische Dimension: Kontinuierliche wirtschaftliche Tätigkeit
- Steuernde und kontrollierende Dimension: Begrenzte Gewinn- und/oder Vermögensverteilung; unabhängige Organisation; integrative Führungsstruktur (partizipative oder demokratische Entscheidungsprozesse)

**Anzahl:** Nach zwei „Zivilgesellschaft in Zahlen“ Studien sehen sich hochgerechnet rund 80.000 gemeinnützige Organisationen und 220.000 Unternehmen als Sozialunternehmen; 38,1 % der Befragten des Deutschen Startup Monitors ordnen sich als Social Entrepreneurs ein. (alle ohne vorgegebene Definition erhoben)

Zahlen **geografischer Herkunft:** 22,2% aus Berlin; 18,8 % Hessen; Bayern 15,4 %; NRW (9,4%), Baden-Württemberg 8,5 %, Niedersachsen 6,0 %; im Vergleich zur Bevölkerung sind Bremen (4,3 %), Berlin, Hamburg (5,1 %) und Hessen überrepräsentiert, NRW unterrepräsentiert

**Alter** (S.20): im Durchschnitt 3,3 Jahre; 60 % der Akteure waren 2 Jahre oder jünger, 20 % älter als 4 Jahre

**Entwicklungsphasen** (S.21): Seed-Phase 24 %, Startup-Phase 29 %, 37 % frühe Wachstumsphase, 10 % späte Wachstumsphase

**Branchen** (S.22): ca. 30 % klassische Sozialwirtschaft (Erziehung, Gesundheits- und Sozialwesen, Kunst, Unterhaltung, Erholung); 18 % Information und Kommunikation; 25 % „Sonstiges“; 8 % „Freiberufliche, wissenschaftliche und technische Dienstleistungen“; 22,4 % rechnen sich mehr als 1 Branche zu

**Rechtsformen** (S.24): 22,3 % GmbH; 11,7 % gGmbH; 12,8 % e.V.; 10,6 % UG; 8,5 % GbR; 7,4 % gUG; je 3,2 % Stiftung oder Genossenschaft; Rest Sonstiges  
38 % rechtlich dem Gemeinwohl zuzuordnen; 12 % haben 2 Rechtsformen (Hybride)  
46,1 % sehen fehlende passende Rechtsform als Hürde

**Nutzer\*innen** (S. 27; Wirkungsempfänger\*innen; mit Mehrfachnennungen): 70 % B2C; 54 % B2B; 36 % B2S (Staat)

**Kund\*innen** (S. 28; zahlend; mit Mehrfachnennungen): 60 % B2B; 51 % B2C; 25 % B2S; für 47 % ist Staat überhaupt keine Zielgruppe

**Innovationsgrad** (S.29): 75 % Marktneuheit bei Wirkungsmodell oder Produkt/Dienstleistung; 60 % bei Prozesse; 54 % bei Geschäftsmodell; 27 % bei Technologie

**Digitalisierung** hat auf 35 % der DSEM-Sozialunternehmen sehr großen und auf 19 % großen Einfluss; für 23 % hat es keinen oder geringen Einfluss

Jedes vierte Sozialunternehmen nutzt digitale Technologien oder Apps als Hauptrolle; Künstliche Intelligenz / Machine Learning noch zu 6,3 %; Rest noch weniger

**Skalierung** (S.33): 88 % wollen es; für die Hälfte von allen ist jedoch die Finanzierungsfrage eine Hürde; 38 % stehen hierzu neutral; 11 % finden das Thema leicht;

Instrumente, um **Zielsetzung zu halten**: Zertifizierung, Transparenzstandards, Unternehmenskultur, Unternehmenswerte vertraglich festgesetzt, selektive Kriterien für Finanzierungsquellen

**Werte und Wirkungsorientierung** (S.36): 51 % soziale und ökonomische Ziele gleichsam bedeutsam; 41,1 % soziale Ziele überwiegen

63 % haben eine Wirkungslogik, 59 % haben Indikatoren um Wirkungsziele zu überprüfen

Wirkungsziele verankert in Strategie (39 %), Unternehmensbild (35 %), Satzung (16 %), gar nicht (10 %)

**Wirkungsfelder** (S.39): SDG 4 (Bildung) 53 %; SDG 12 (Nachhaltiger Konsum und Produktion) 51 %; SDG 3 (Gesundheit und Wohlergehen) 49 %; SDG 8 (Menschenwürdige Arbeit und Wachstum) 46 %; SDG 11 (Nachhaltige Städte und Gemeinden) 44 %; SDG 10 (weniger Ungleichheit) 40 %; kein SDG hat weniger als 10 %; am wenigsten SDG 6, 7, 14, 15 (unter 20 %)

**Wirkungsregionen**: 93 % Deutschland; 32 % Europa; 14 % Asien und Ozeanien; 9 % Afrika; 6 % Osteuropa; 4 % Lateinamerika / Karibik; 4 % Kanada/USA

**Finanzielle Situation** (S.42):

Startkapital (90 %), bei 31 % weniger als 10.000 €; 19 % 10T-25T €; 23 % 25T-100T €; 14 % 100T-500T €; 4 % mehr als 500 T €; im Schnitt bei 100 T €

**Finanzierungsquellen**: 37 % eigene Ersparnisse; 13 % Familie/Freunde; 9 % staatliche Fördermittel; 8 % Crowdfunding / Crowdfunding; Stiftungen (7 %); Innenfinanzierung 6 %; 5 % Inkubatoren, Company Builders, Accelerators

Wie leicht fiel es Ihnen jeweils: 52 % bei eigenen Ersparnissen leicht; 38 % bei Familie und Freunden; 50 % empfinden Zugang zu staatlichen Förderprogrammen als schwer

**Einnahmen** (S.45): 69 % haben Einnahmen; 42 % unter 10 T €; 13 % 10 T-25T; 10 % 25-100 T €; 5 % 100-500T €

### **Social Entrepreneur\*innen (S.47 ff):**

42 % zwischen 25 und 34 Jahre; 35-44 Jahre 30 %; 16 % 45-54 Jahre; über 54 Jahre 6 %; 4 % 18-24 Jahre; im Schnitt 37 Jahre (wurde jedoch nicht das Alter bei Gründung abgefragt)

**Geschlecht:** konventionell nur 15 % weiblich, 49 % bei DSEM

**Seriengründer:** 52 % zum ersten Mal gegründet; 48 % schon mehrfach

**Gründungsverlauf:** Zeit zwischen Idee und Gründung: Im Schnitt 15 Monate; oft ist die persönliche Betroffenheit die Motivation

**Ausbildung:** 80 % Fachhochschule oder Universität, 15 % (Fach-) Hochschulreife

**Herkunft:** 98 % aus Deutschland, nur 6 % in den neuen Bundesländern aufgewachsen; 60 % waren schon einmal länger als 6 Monate im Ausland; 54 % sind ledig, 41 % verheiratet; 64 % sind kinderlos, 29 % haben bis zu 2 Kinder, 7 % mehr als 2 Kinder

**Mitarbeitende (S.55):** Wer Vollzeitkräfte hat, hat zu 49 % weniger als 10 davon; 6 % haben zwischen 10 und 49, 5 % haben 50 bis 250 Vollzeitarbeitskräfte; bei 38 % der DSEM-Sozialunternehmen gibt es keine Vollzeitbeschäftigten; der Median liegt bei vier Vollzeitkräften, bei der Teilzeitbeschäftigung bei 3 Teilzeitkräften

**Ehrenamt (S.56):** bei 57 % engagieren sich Ehrenamtliche in Teilzeit, der Median liegt bei 7; in Vollzeit gibt es bei 85 % kein Ehrenamt

**Gründungsteam (S.57):** eine Person 20 %, zwei Personen 36 %, 3 P. 24 %, 4 P. 6 %, 5 P. 4 %, 6 P. 2 %, 7 P. 8 % (höher wegen Vereinsrecht)

### **Governance-Strukturen (S.58):**

**Mitsprache:** Bei 56 % nehmen Mitarbeitende Einfluss, bei 34% unterstützen sie mit Informationen; bei 8 % gibt es keine aktive Beteiligung, bei 2 % gibt es eine vollumfängliche Delegation an Mitarbeiter\*innen

**Hierarchie-Ebenen (mind. 2 Mitarbeitende):** 50 % eine, 38 % zwei, 12 % drei

### **Rahmenbedingungen (S.60)**

**Unterstützung durch die Politik:** Im Schnitt Note 4,6 vergeben, für Gründungsstandort 4,4

**Kooperationen (S.64):** 61 % mit Organisationen im gleichen Bundesland (42 % anderes Bundesland, 22 % Ausland); Social Entrepreneurship Netzwerk (58 %); 45 % mit Unternehmen im gleichen Bundesland (39 % anderes Bundesland, 19 % Ausland); Stiftungen (42 %); öffentliche Stellen (38 %); Wohlfahrtsverbänden (25 %)

**Herausforderungen (S.66):** schwache Politiklobby (73 %), Anschlussfinanzierung (66 %), Nachvollziehbarkeit öffentlicher Finanzmittel (65 %), Startfinanzierung (62 %); Zugang zum Finanzmarkt und Unterstützungsangebote (je 55 %), passende Rechtsform (46 %), mangelnde Kooperationsbereitschaft im sozialen Sektor (35 %); keine Marktplätze für Imitatoren (29 %); Interne Organisationsprobleme werden eher seltener genannt